

03

## Exemplos do princípio da afinidade

### Transcrição

Quer ver outro exemplo de afinidade?

A Palmirinha é um bom exemplo do princípio de Afinidade, porque ela trabalha com culinária e a imagem dela nos remete a nossas avós, que fazem comidas gostosas.



Usando sua imagem, das guloseimas, dos pratos que faz, ela acaba gerando um vínculo de afinidade com as pessoas.

Vamos dar uma olhada em um outro exemplo. O site da [Uber](https://www.uber.com/pt-BR/) (<https://www.uber.com/pt-BR/>).

A ideia é analisar o site para tentarmos detectar quais são os princípios de afinidade que eles colocam.

De início, vemos a imagem de um homem feliz, dirigindo, trabalhando. Quem não quer trabalhar feliz? Se descermos na página, veremos a mensagem:

Atrás do volante

### Pessoas como você

São as pessoas atrás do volante que tornam a experiência Uber excelente: pais e mães, estudantes, professores, aposentados, vizinhos, amigos. Nossos parceiros podem dirigir seus próprios carros quando quiserem, em cidades pequenas e grandes. Por isso, mais de um milhão de pessoas em todo o mundo já se inscreveram para dirigir com a Uber.

**POR QUE DIRIGIR COM A UBER** →

Atrás do volante

Pessoas como você

São as pessoas atrás do volante que tornam a experiência Uber excelente: pais e mães, estudantes, professores, aposentados, vizinhos, amigos. Nossos parceiros podem dirigir seus próprios carros quando quiserem, em cidades pequenas e grandes. Por isso, mais de um milhão de pessoas em todo o mundo já se inscreveram para dirigir com a Uber.

Temos algumas palavras-chaves: "pessoas como nós: pais, mães, estudantes, professores". Fica fácil nos identificarmos.

Observe que em todas as imagens da páginas as pessoas estão direcionando o olhar para a mensagem que a Uber espera que seja lida.



The screenshot shows a section of a website with a light gray background. On the left, the word 'Segurança' is written in a small, dark font. Below it, the text 'Você em primeiro lugar' is displayed in a larger, bold, dark font. Underneath this, there is a paragraph of text: 'Passageiro ou motorista, a sua segurança sempre tem a preferência no Uber.' At the bottom of this section is a green button labeled 'COMO MANTEMOS VOCÊ EM SEGURANÇA >'. To the right of this text block is a photograph of a woman with long dark hair, looking out of the window of a car at night. The interior of the car is visible, and the scene outside is dark.

Eles conseguem se conectar com o público, transmitindo a essência da empresa, associando-a às ideias de conforto, segurança, qualidade e comodidade...

O princípio de persuasão da afinidade está muito presente na comunicação do Uber. Neste caso, nos deparamos com duas situações interessantes: a marca se relaciona tanto com o usuário, como com o prestador de serviço.

Percebeu como eles conseguiram criar essa afinidade por meio de vários itens? À medida que vamos avançando no site, o público pode ter a percepção de um empresa muito boa, pois tem a chance de se identificar com conceitos como a segurança, comodidade, conforto e outros.

Todos esses itens estão fortemente relacionados com o princípio da afinidade.